

都市活性化のための来街者誘引政策

大場浪男

- 一 ――はじめに
- 二 ――来街者誘引政策の意義
- 三 ――来街者誘引の現状の問題点
- 四 ――横浜セールの展開
- 五 ――おわりに

一 ――はじめに

昭和六十年代に入り、『新たな都市間競争の時代』を迎えていると思う。他都市との競争関係を意識せずに、都市の経営を実践することが難しい時代に直面しているといえるのではないか。

過ぎ去った昭和五十年代を総括するならば次のようにいえよう。東京をはじめとする大都市からの人口・産業の地方分散が進み、『地方の時代』の言葉に代表されるように、各地がそれぞれの特性を生かしながら資源の有効活用をはかり、地域の自立性と地域経済の基盤確立をめ

ざした時期であると。全国の各都市はこぞ、この方向にそって多大なエネルギーを費してきた。だが各都市とも例外なく、地域の自立性と経済基盤の強化を進めていくことがいかに難しい課題であるかを、切実に認識するようになった。

このため各都市は以前にも増して、都市ぐるみで知恵をしばり活発な行動を起こし、この難問に挑戦している。この結果、都市間の競争の激化という事態が幅広く生じている。大都市対地方都市、大都市対大都市、地方都市対地方都市、大都市圏内の都市間競争という複雑な競争の構図が生まれている。横浜も例外でな

くこのまっただ中にある。

横浜がこれからの都市政策を考え、時代にマッチした施策を戦略的に企画し実施に移していくとき、この『新たな都市間競争の時代』の到来を常に念頭におきながら、民間・行政が一体となり都市全体としての対応を強めていくことが肝要ではないかと考える。

都市間競争の時代に対応し都市活力を掘り起こし創造していくため、横浜はいま何に取り組んでいかねばならないのか。この手掛りをつかみその具体化をはかるため本市は昭和五十八年度・五十九年度の二カ年にわたって「都市構造基礎調

査」を実施した。この小文では、本調査結果のあらましを若干紹介し、『横浜セールのス』なる新たな政策分野の展開の必要性を強調しておきたい。

二 ――来街者誘引政策の意義

① ――新たな政策概念としての「来街者」
本市では「昼夜間人口比」という言葉を、都市構造のバランスある発展、特にベッドタウン化の進展や都市活力などをマクロ的に類推する代表的な指標として盛んに用いている。ちなみに横浜の昼夜間人口の推移をみると、昭和三十年（九

九・六)、四十年(九三・七)、四十五年(九一・七)、五十年(九〇・六)、五十五年(九〇・六)である。この数字の傾向からは、昭和三十年から四十五年の間にベッドタウン化が急激に進んだこと、五十年を底に歯止めがかかったことなどが推測できよう。

いうまでもなく昼夜間人口比は、夜間人口に対する昼間人口の割合である。統計上では夜間人口は常住人口を指し、また昼間人口は、常住人口から市外へ流出する通勤・通学者数を差し引き、それに市内に流入する通勤・通学者数を加えたものと定義されている。

本市では、昼夜間人口比がいまなお低い水準にとどまっている状況にあるため、昼間人口の増加対策を重視し、市内の就業・就学の場づくり、特に事業所や学校等の立地促進策を進めている。あわせて、夜間人口の増加に対しては抑制基調で対応をはかってきている。

ところで都市の活性化という視点にたつて人口を分析するとき、昼間人口・夜間人口という角度からみるだけでは決して十分とはいえないと思う。静態的な概念に基礎をおく分析とは別に、いわば人口の動態的な把握すなわち人口の日常的な流れに目を向ける必要がある。

人々は何らかの目的をもって都市の内部を、さらには都市と都市の間を往き来

する。人々が街を訪れるという行動は都市の活性化と密接な関係をもつ。さまざまな目的で街を訪れる人々、これらを総称する概念として「来街者」という言葉を使用することとしたい。都市活性化を目指す新たな政策概念として積極的に活用すべきであると思う。次にこの「来街者」という考え方について若干の整理をしてみよう。

都市構造基礎調査(五十八年度)では来街者の形態を来街目的から次の三つに分類している。

- ・ 住む・働く・学ぶ等の日常生活を維持する上で、最も基本となる行為を目的にする来街—日常生活行為—
- ・ 観光する、ショッピングを楽しむ、遊ぶ等の非日常的行為を目的にする来街—余暇行為—
- ・ 会議や研修会に集まる等の、日常生活行為と余暇行為の融合している行為—融合行為—

また横浜への来街者を居住地別にみて次の四つに分類している。

- ・ 横浜市内に住む人々
- ・ 東京圏に住む人々
- ・ 日本国内に住む人々
- ・ 海外に住む人々

さらに、来街者を市内のどこへ誘引するのか、いわば誘引のゾーニングであるが、次の三つに大別している。

- ・ 都心ゾーン(港を中心)
- ・ 中間ゾーン(既成市街地)
- ・ 外周ゾーン(郊外部)

以上の分類・整理は来街者のイメージを明確にする上で必要であるとともに、今後来街者の誘引を新たな政策課題として取り上げていく際に、その重点のおき方、施策の戦略的な進め方などを具体的に検討していく基本フレームの設定に役立つと思う。

②—来街者誘引政策の意義

都市の活性化という視点から、来街者誘引政策の意義を述べてみたい。

横浜は近々三〇〇万都市になる。三十年代・四十年代の都市構造や産業構造とは異なった様相を呈している。戦後そして高度成長期を通じ、横浜の活力の推進役として機能してきた横浜港や工業の、都市全体に及ぼす影響力が相対的に低下

の傾向にあることは否めない、と思う。とはいっても、ダイナミックな生産活動を基調とし、その波及効果を最大限に引き出すことは、今日においても引き続き都市活性化戦略として重要な意味をもつ。昭和五十年代後半から、横浜が「国際的ハイテクポリス」への志向を鮮明にうらだし、工業の再生のため先端技術産業の立地促進をはかっているのはこのためである。

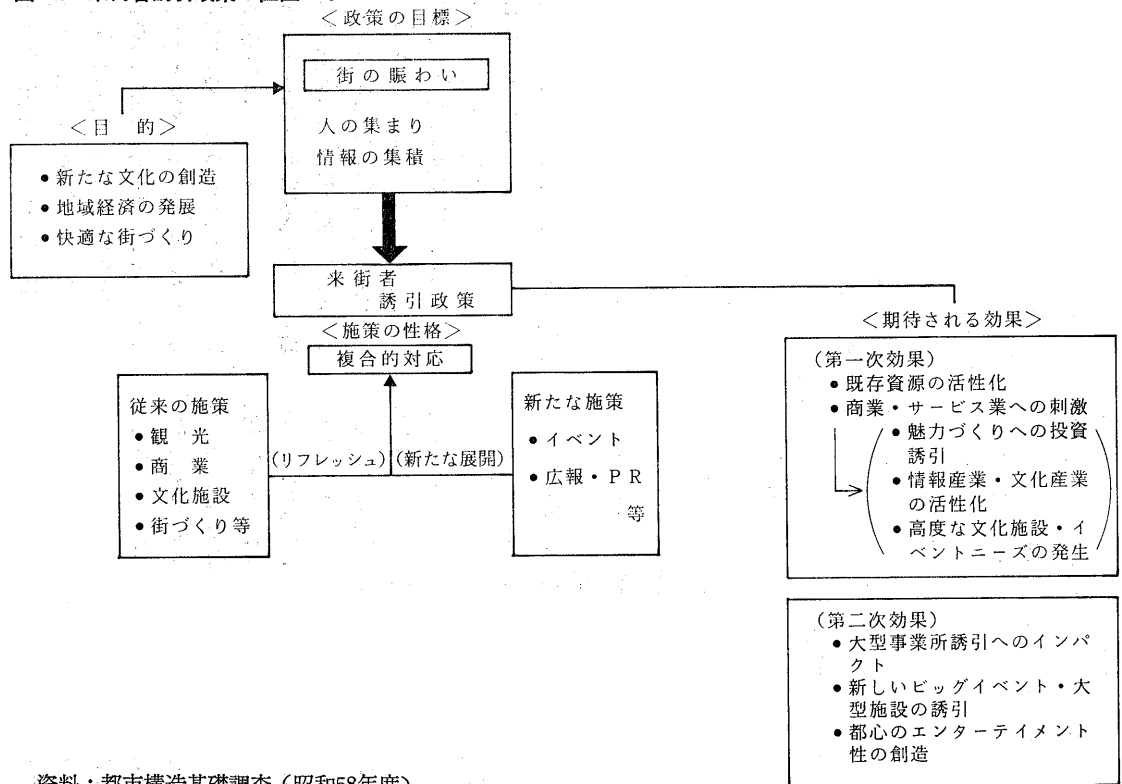
しかしながら、大都市横浜の今後の成長発展を支えるものは、さらに多面的にならなければならないと思う。横浜港や工業のほかに、横浜の都市活動や都市形成に積極的に貢献し、多大な波及効果を及ぼす新しい主役の誕生が強く望まれる。この新しい主役は、従来の活力源が「物」の生産や流通に基礎をおいていたのに対し、「ひと」と「情報」の集まりに基礎をおくことから生まれてくる可能性が大きい。

都市の活性化の原点ともいえるべき「街のにぎわい」、それは「ひと」と「情報」によって引き起こされるのではないかと考える。この素朴な観点に改めて着目することが大事であると思う。そしてこの街のにぎわいを引き起こす主役が、既述の「来街者」であることはいままでもない。

来街者が引き起こす街のにぎわいこそが、新たな活力を生む情報の発信源となり、新しい文化の発生の呼び水になると思う。そして先端的な文化産業の立地促進にもつながり、既存の産業活動にも大きな刺激を与えることになるであろう。

いかにしたら横浜により多くの人々が集まってくるのか。横浜にどのような魅力をつくり、どのような方法で人々を集めるのか。街のにぎわいづくりを戦略的に志向する「来街者誘引政策」を、都市

図一 来街者誘引政策の位置づけ



資料：都市構造基礎調査（昭和58年度）

活性化の有力な政策として具体化していく必要があると思う。

三 来街者誘引の現状の問題点

① 来街者誘引力の諸要素

来街者誘引政策の意義は前述したとおりであるが、政策の具体化ということになると、主としてどの地域に住む人々を、またいかなる目的をもって来街する人々を重点対象におくのか、さらには市内のいかなる魅力ゾーンに誘引をはかるのかなど、来街者誘引のシナリオづくりがまず必要になる。この点については今後の重要な検討事項であることを指摘するととどめ、ここでは来街者の誘引の現状をみるにあたって、とりあえずその対象を「東京圏および市内に住む人々、余暇行為や融合行為を目的にして来街する人々」とする。その理由は、東京圏および市内に住む人々は横浜への来街者数の圧倒的多数を占めること。また余暇行為や融合行為を目的とする来街者誘引策については、観光振興など一部にみられるものの、本市の施策対象として比較的意識されてこなかったことなどから、新たに注目してみたいという考えからである。

そこでまず、この「東京圏および市内に住む人々で、余暇行為や融合行為を目的にして来街する人々」の来街者像についてみると、前述の調査報告では次のように述べている。

「これらの人々は、自分自身の居住地の周辺においても、量的にも質の多様さにおいても、余暇行為や融合行為を満たす施設や機会に最も恵まれている人々である。しかし、また、これらの人々は、成熟した都市生活を最も志向する人々である。自分の好み、気分、向上心、生活感覚等を満たすものを発見できれば、たとえ距離的には離れていてもそれを気にせずに余暇行動をする積極的なライフスタイルを身につけている人々である。」

このような来街者像をふまえて、横浜が東京圏に住む人々を来街させるために備えるべき幾つかの諸要素について、当調査報告はさらに次のように言及している。

- ・自分の住むところは異質の雰囲気
- ・横浜には感じる事ができ、それは自分の感性にとって好ましい印象であり、期待感を持たせること。
- （シティ・イメージの好感）
- ・自分の住むところにおいても、横浜市内で起きるイベント等のニュースを常に知ることができ、それらは東京では出会えない、ひと味違った性格を期待されるものであること。
- （イベントの特異性）

表一 来街者誘引の現状と問題点

	現状のマイナス面	現状のプラス面
シ テ イ イ メ ー ジ	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏のヤングがたびたび訪れたいくなるような実利性・現代性、情報発信性のイメージを持ち合せていない。 ・「ミナト」・「国際性」という従来の横浜のシンボルイメージと現実との間にギャップがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏のヤングにとって住みたい街のトップクラスにあげられ、創造的文化性のあるイメージとして憧れをもたれている。 ・首都圏の中核都市の中では、最大の都市であり、「ミナト」「国際性」「近代日本の歴史性」「開放性」「ロマンチック」等の明確なイメージが他都市と比較して支持されている。
複 合 的 魅 力	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤング、外国人が意外に少なく中高年のビジネスマンで街が占められている。(人種混合の活力ある風俗景観に乏しい) ・劇場、美術館等の現代性のあるシンボル施設が少ない。 ・ホテル施設に街路の境界性を演出しているようなオープンなものが少ない。 ・大規模な生活市場がない。 ・都心ゾーンにおける盛り場核は西高東低に偏り、しかも孤立していてそれらをつなぐ横道、細街路の快適さがなく、とくに夜間における心理的距離は大きい。 ・伊勢佐木町近辺の大衆芸能娯楽ゾーン、本牧のヤングナイトゾーンに往時の面影がない。 ・都市のサービス機能として「女性とヤング」「レジャーと文化」に弱い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・都心の街路が、街路樹ファニーチュア、歩道床、サイン、歴史的景観の建築物で美しい。 ・食べる、買う楽しみに対応するゾーンとして、中華街、元町のシンボルゾーンがあり、さらに歩く眺める楽しみに対応する山下公園、山手周辺がある。 ・ロマンチック、エキゾチックなファサードを持つ建築施設が数多くある。
余 暇 施 設 (場 所)	<ul style="list-style-type: none"> ・日本全国、外国から人を呼べるほどの人文・歴史系そして大自然の観光資源はほとんどない。 ・採る、祭る、出会う、学ぶ等の知的欲求系の行動に対応する施設が少なく、またその運営は柔軟性に欠ける。 ・港が物流港としての性格が強まり、景観的にもソフトさに欠けてきた。 ・美術・音楽・演劇等の文化施設に東京や全国から人を呼べるほどの魅力的なものが少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・港を拠点として、国際性、文明開化、エキゾチック等のイメージを連想させる小～中規模の観光(余暇)資源が豊かである。 ・坂道、小自然、歴史的景観そして港(海)の景観をつなげるブラブラ歩きコースが数多くあり、さらに開発できる余地がある。 ・食べる、買うの生理的欲求系の行動に対応する余暇施設として、中華街・元町という二大シンボルを持っている。
ア ク セ ス ビ リ テ イ	<ul style="list-style-type: none"> ・都心ゾーン3駅(桜木町、関内、石川町)の駅舎周辺の環境が悪く駅舎自身の景観も悪い、また駅名も知名度が低い。 ・都心ゾーンの盛り場核を結ぶ自動車道路は、大型車輛の通行で渋滞が多く、駐車スペースも少なく、一般ドライバーにとっては制約が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏から近く、日本全国、海外とも鉄道、道路、飛行機の総ての便に比較的恵まれている。 ・大学が集中する八王子、立川等のいわゆるシングル文化ゾーンとの連結性が良い(しかし、現況では横浜線の都心への乗入れは、本数が少ないなど不便である。) ・都心ゾーンでは、山下公園通り、日本大通り、大桟橋通り、伊勢佐木・馬車道通り、大通り公園等の都市景観として美しい街路がある。
イ ベ ン ト	<ul style="list-style-type: none"> ・伝統的な祭りが市内全域の人々、首都圏の人々を吸引するまでの戦略性がなく、単調になっている。 ・11月から3月までの冬の祭り、イベントに目玉がない。 ・他都市にはない小さなイベントの可能性もあるにもかかわらず、十分資源が生かされていない。(外人墓地、山手教会、船の進水式等) ・大型イベントを可能にする屋内施設が少ない。 ・イベントがもたらす可能性に対しての長期的、戦略的な発想が民間企業と行政に欠けている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜のイメージを印象づける伝統的な祭り、行事がある。 ・横浜スタジアムを舞台にしたスポーツイベント、女子駅伝が育ちはじめた。 ・本牧ジャズフェスティバル、横浜映画祭等の小型ではあるが、情報性の高いイベントが継続され音楽、演劇、デザイン等で活動的な人材が常に生まれている。 ・大通り公園、港、その他の公園等の野外イベント会場に恵まれている。さらに本牧、根岸、ノースピア赤レンガ倉庫跡等の独特な雰囲気をもつ可能性ある場所に恵まれている。
広 P R 報 活 ・ 動	<ul style="list-style-type: none"> ・トータルテーマの設定による意図的・戦略的な広報活動がこれまでになかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・街づくりをPRする美しい写真、モダンな印刷レイアウトの広報技術的蓄積がある。 ・放送業、広告、調査、情報サービス業、タウン誌等の情報発信機関に量的には恵まれている。

資料：都市構造基礎調査(昭和58年度)

(広報・PR力)

・東京から横浜へ移動する方法はなるべく明確であり、市内での移動もなるべく快適で容易であること。

(アクセスビリティの良さ)

・実際に来街してみても、そこで利用した施設、そこでみた街の景観、そこで出会った人々の風俗等が複合して生み出す時間が、期待していた通り十分に満足するものであったこと。

(施設の魅力)

(もの・ひとの風俗、景観の複合的魅力)

以上の諸要素が相互の関連をもつてそろい、これらが一時的でなく永続して機能してくるとき、はじめて来街者誘引力は強まり、東京圏からの来街者が繰り返し横浜を訪れるという状況ができてくると思う。これによって「横浜、一度は来たい街、だが二度・三度と繰り返し来たいとは思わない街」という風評から脱却することが可能になるのではないか。

② 来街者誘引の現状と問題点

前述の来街者誘引力の要素の諸項目ごとに、来街者を誘引する上でプラスに働いている点とマイナスに働いている点とに分けて、横浜の来街者誘引の現状と問題点を整理したのが、表1である。

四 横浜セールの展開

既に述べたように来街者誘引政策の意義は、来街者を誘引し街ににぎわいを起こし横浜の活性化をはかっていくことである。この基本的考え方にそって施策の具体化を試みていくため、五十九年度の都市構造基礎調査ではさらに掘り下げた検討を行っている。当調査報告では、来街者を誘引し横浜の活性化につなげていく一連の施策の体系を「横浜セールの」と名づけている。その基本の柱となっているのは次の三点である。

第一は、街ににぎわいをつくることである。——イベント都市化——

これはさらに二つの枝に分かれる。一つは、横浜の知名度を高め魅力をアピールし、来街者を誘引するために行う情報宣伝活動である。もう一つは、イベントの実施である。街ににぎわいをおこすには高密度な「ひと」の集積をつくる必要があるであり、その手段としてイベントを活用する。いうまでもなく横浜は三〇〇万都市としての一体性が要請される一方で、既成市街地と郊外部、そして一四区の地域性が重視されねばならない。イベントも当然このような視点を受け入れていく必要がある。したがって、全市のなイベントと地域特性を生かしたイベントが併存し調和しながら展開されること

が望ましい。

第二の柱は、にぎわいを呼ぶ入れ物を整備することである。——都市空間のシヨアアップ——

にぎわいができることによって都市自体が変わっていくが、ここではにぎわいを受容する装置を積極的につくり都市を変えていくという視点が大事であること指摘しておきたい。用意した受け皿の中で、さまざまな来街者がふれあい、多様な文化が接しあうことから、新たな文化が生まれてくるであろう。このような都市づくりがすすんでいくとき、横浜の魅力はさらに高まる。

第三の柱は、にぎわいをつくっていく仕組を用意することである。——横浜セールのための仕組づくり——

来街者誘引政策は行政および民間の発想転換を迫るものといってもよい。すなわち、横浜を訪れた人々に対しサービスを提供するという従来の「待ち」の姿勢から、積極的に人々を横浜の街に呼びこむという「攻め」の姿勢への転換を意味する。このためには行政と民間、民間と民間、行政内部の情報交流や連携を深め、街ににぎわいをおこす全体的な取り組みの体制をつくっていくことが必要である。

ところで五十九年度調査は、以上の三つの基本的な柱にそって施策の具体的な

提案を行っているが、それぞれの提案の内容についての説明は別途の機会に行うこととし、ここでは省くこととしたい。

五 おわりに

最近の話題を一つとりあげたい。去る八月、横浜青年会議所(J・C)の主催する横浜経済人会議で「横浜F1GRシテイレースをMM21」という構想が打ちあげられた。いうまでもなくF1は世界最高峰の国際自動車レースであり、モナコ・デトロイト・ニューヨークなど世界の有名都市を巡回し開催されている国際的なビッグイベントである。

J・Cはこのイベントの意義を「国内外からの大きな注目を集め、人と情報の集中をテコに商業と業務の集積をはかる」、そして「MM21地区等の都市計画における市民利用施設や商業施設が、常にイベントのソフトプログラムによって人と情報の集中がはかれる、設計と運営方法を採用すべき」と位置づけている。このイベント提案についての私見をいうならば、イベントとしての奇抜さ・大胆さと併せて、都市戦略の位置づけを明確にしている点について評価をしたい。しかし同時に、このイベントの実現性は極めて厳しい困難が横たわっていることを率直に指摘せざるをえない。

成熟都市に向けて歩調を早めている横浜にとって、イベントに対する市民のニーズは今後多種多様になり高まりを見せていくことが容易に予想しうる。さまざまなイベントが民間で企画され提案されるであろう。いかなるイベントであれ、実現にあたっては大なり小なり越えねば

ならないハードルが多いと思う。このよ
うな場合当然、第一次的にはイベントを
主導する民間サイドが問題解決に全力を
挙げ対処していくことが肝要である。加
えて行政も民間の支援・協力の要請に対
して、都市経営的観点にたち必要とあら
ば協力を惜しまないという積極的姿勢が

強く望まれる。
個々のイベントを地道に積み重ねてい
く中で、民間と行政とが協調しあい都市
全体としての対応に発展させていく。こ
のシナリオどおりに事が進めば理想的で
あるが、現実はなかなかそのようには展
開しないことも容易に想像される。だ

が、その予想される現実に立ち向かい新
しい発展へと脱皮していく努力を積み重
ねない限り、イベントは決して都市活性
化の切り札としての地位を獲得するこ
とができないのではないか。
〈企画財政局企画調整室企画調整副主幹〉